

ABSTRAK

Alfindo Akerta : *Pengaruh Jumlah Beban Promosi terhadap Laba Tahun Berjalan di PT. Bank Victoria Syariah.*

Biaya promosi adalah biaya yang meliputi semua hal dalam rangka pelaksanaan kegiatan promosi atau kegiatan untuk menjual produk perusahaan baik berupa barang atau jasa pada pembeli sampai pengumpulan piutang menjadi kas. Biaya promosi ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. biaya promosi dapat diperoleh dari hasil penjumlahan biaya periklanan dan biaya promosi penjualan. Laba Tahun Berjalan adalah akumulasi saldo laba atau rugi dari pendapatan dan beban operasional selama periode tertentu sebelum dikurangi pajak.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui perkembangan beban promosi di PT. Bank Victoria Syariah, (2) mengetahui perkembangan laba tahun berjalan di PT. Bank Victoria Syariah dan untuk (3) mengetahui pengaruh jumlah beban promosi terhadap laba tahun berjalan di PT. Bank Victoria Syariah secara parsial.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif verifikatif dengan jenis data penelitian kuantitatif yang dianalisis secara parsial yaitu dengan analisis regresi sederhana, analisis korelasi *pearson product moment*, koefisien determinasi, dan uji t. Didukung dengan *SPSS for Windows 24.0*. Di mana data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari PT. Bank Victoria Syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Pengaruh Pendapatan Biaya Promosi terhadap Laba Tahun Berjalan* dari hasil uji t menunjukkan besarnya $t_{hitung} = -1,590$ dan $t_{tabel} = 1,739$ yang menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-1,590 < 1,739$, maka penulis menerima hipotesis H_0 dan menolak hipotesis H_a , yang artinya terdapat hubungan tidak signifikan antara beban promosi dan laba tahun berjalan. Maka beban promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap Laba Tahun Berjalan. Adapun jika dilihat dari koefisien determinasi sebesar 0,129, hal ini menunjukkan bahwa laba tahun berjalan (Y) dipengaruhi sebesar 12,9% oleh variabel beban promosi (X), sedangkan sisanya 87,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Beban Promosi, Laba Tahun Berjalan.*